



OSOTSPA

โอสถสภากับการบริการธุรกิจให้เติบโต ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

ย้อนกลับไปเมื่อ 50 ปีก่อน โอสถสภาได้สร้างเฮกแมนต์ใหม่ให้กับตลาดเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยการนำเข้าเครื่องดื่มให้พลังงาน "ลิพอวิตันดี" จากประเทศญี่ปุ่นเข้ามาเป็นเจ้าแรก นับเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างตลาดเครื่องดื่มให้พลังงานในประเทศไทย 20 ปีต่อจากนั้น โอสถสภาประสบความสำเร็จโดยการสร้างแบรนด์เครื่องดื่มให้พลังงานของตัวเอง ภายใต้ชื่อ "M-150" ออกสู่ตลาด พร้อมการนำเสนอแนวคิดด้านการตลาดที่แปลกใหม่ ทำให้ M-150 ก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มให้พลังงานในประเทศไทย บริษัทของคนไทยยักษ์ใหญ่แห่งนี้ ผ่านร้อนผ่านหนาวมากกว่า 124 ปี และยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำอยู่เสมอแม้ในภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว อะไรคือหัวใจสำคัญที่ทำให้โอสถสภายังคงรักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มให้พลังงานและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง MBA Connected ฉบับนี้จะพาไปพูดคุยกับ คุณธรรมศักดิ์ จิตติมาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอสถสภา จำกัด ผู้นำที่จะนำพาโอสถสภาก้าวสู่ปีที่ 125 ของการดำเนินธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง



คุณธรรมศักดิ์ จิตติมาพร
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท โอสถสภา จำกัด



ในภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มส่งสัญญาณขาลงต่อ
ตัว ซึ่งอันได้ขุดตั้งแล้วครั้งยิ่งลงป็นต้น
มา ซึ่งให้ทศวรรษกลในยศวเป็นต้องเตรียม
พร้อมในการรับมือและไปมาเปลี่ยน
กลยุทธ์ให้ทันกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
ไอสดสภามุ่งจะพัฒนาในตลาดเครื่องดื่ม
ให้พลังงานที่มีอรรถประโยชน์และรสชาติ
อร่อยไปใช้มีการเติบโตอย่างคึกคัก

กลยุทธ์สำคัญที่ไอสดสภามุ่งให้ความสำคัญตลอด 124 ปีของการ
ดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะสภาวะทางเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร คือการรักษา
และพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ ตลอดจน
การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าด้วยนวัตกรรม และมองหา
โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ภายใต้การบริหารจัดการด้านต้นทุนที่มี
ประสิทธิภาพ

รักษาและพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ
การรักษาคุณภาพสินค้าที่ออกสู่ตลาดมากกว่า 50 ปีอย่างลิโพวิตันตี
และเครื่องดื่มให้กำลังงานอื่นๆ โดยเฉพาะ M-150 ที่มียอดขาย
อันดับ 1 ให้มีมาตรฐาน มีรสชาติที่ถูกปากถูกใจผู้บริโภคอยู่เสมอ
นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย หากไม่มีการควบคุมคุณภาพและระบบบริหาร
จัดการที่ตลอดจนทีมงานที่มีประสิทธิภาพ เราไม่เพียงส่งมอบ
สินค้าที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังสร้างความผูกพันต่อ
แบรนด์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการ
ของลูกค้า เพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าให้ลูกค้าเข้าถึงง่าย และ
เจาะตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

สร้างความแตกต่างผสานนวัตกรรม

สภาพทางธุรกิจในปัจจุบันมีความพลิกผัน และมีการเปลี่ยนแปลง
อย่างรวดเร็ว การสร้างนวัตกรรมเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อเศรษฐกิจ
สังคม และวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้
จะทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปด้วย แนวทางที่ธุรกิจ
จะประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต คือการ
สร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแนวโน้ม
การบริโภคของลูกค้าในอนาคต ไอสดสภามุ่งสร้างโอกาสจากความ
ต้องการที่แตกต่างของกลุ่มเป้าหมายด้วยกลยุทธ์ Multi Brand ใน
กลุ่มเครื่องดื่มให้พลังงาน อาทิ เครื่องดื่มผสม, 357, SHARK Cool
Bite, M-Storm, โสมอินซิม ทำให้เครื่องดื่มให้พลังงานทั้งหมดของ
ไอสดสภามีมาร์เก็ตแชร์ถึง 70% หรือ 2 ใน 3 ของตลาดรวม

*“ไอสดสภามุ่งให้ความสำคัญในการพัฒนาสินค้ามาตั้งแต่แรก เพราะ
เรารู้ดีว่า หากไม่มีอะไรใหม่ๆ มาให้ผู้บริโภค องค์กรและผลิตภัณฑ์
ก็จะล้าหลังไปเรื่อยๆ ทุกๆ วันเราจึงมองหาโอกาส แล้วพยายาม
พัฒนาสิ่งต่างๆ บางอย่างเราต้องพัฒนา ก่อนที่ผู้บริโภคจะรู้ว่า
ต้องการเสียอีก ทุกวันนี้ Stage การพัฒนาสินค้าของไอสดสภามุ่ง
ข้ามขั้นไปสู่การหา Unmet Need ของผู้บริโภคมากกว่าการ Serve
Need”*

ไม่เพียงแต่นั้น ไอสดสภายัง Diversify ธุรกิจไปยังกลุ่มของ
คอนซูเมอร์โปรดักต์ตัวอื่นๆ อย่าง เบบีเมอเดิล ทเวลฟ์พีลส์ ยูทีพี
ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในเรื่องของการนำนวัตกรรมที่ทันสมัย
มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น ซึ่งก็จะท่อน
ให้เกิดภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือตามมา



สร้างความได้เปรียบในการบริหารจัดการต้นทุน

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมายาวนานกว่า 100 ปี ไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยลำพังหากไม่มีพันธมิตร คู่ค้า ลูกค้า ที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินไปได้ตามเป้าหมาย โอสดสภาคามีพันธมิตรทางธุรกิจทั้งระบบซัพพลายเชนตั้งแต่ต้นน้ำไปถึงปลายน้ำ ทำให้เรามีความได้เปรียบในการบริหารจัดการต้นทุน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การผลิตและบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงระบบโลจิสติกส์ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น จากการที่เรามีโรงงานผลิตขวดแก้วของเราเอง ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันกับโรงงานบรรจุเครื่องดื่ม ทำให้เราสามารถลดค่าใช้จ่ายในเรื่องการผลิตลง ไม่ผลักภาระให้กับผู้บริโภค

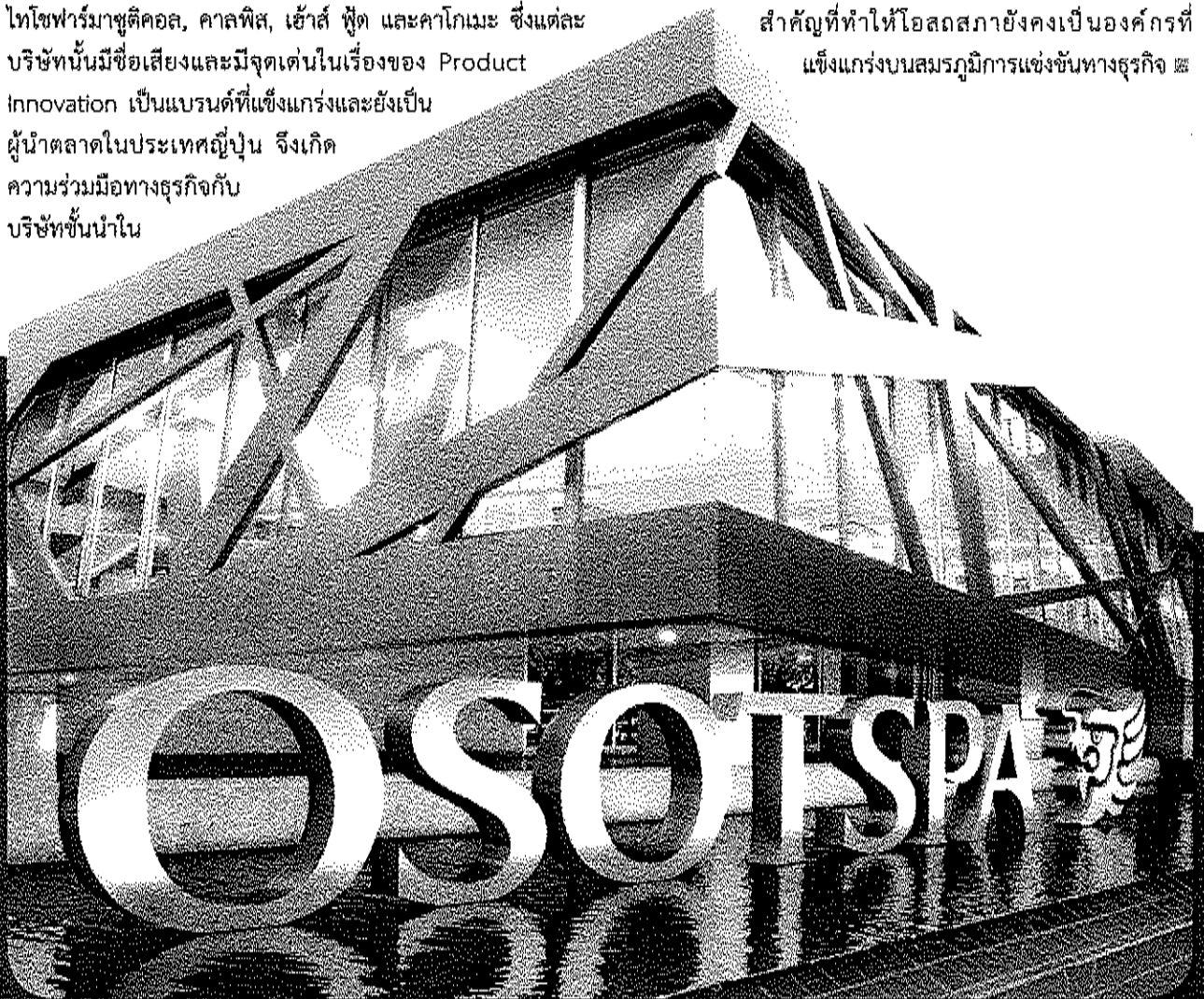
มองตลาดลูกค้านิโม่และขยายตัวสู่กลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน

โอสดสภาคามีความเข้มแข็งในด้านการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมถึง 99.9% กว่า 6 แสนร้านค้าทั่วประเทศ มีระบบกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ด้วยความแข็งแกร่งในจุดนี้ ทำให้บริษัทชั้นนำในกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงจากญี่ปุ่นเข้าร่วมทุนกับโอสดสภา เช่น ไทโฮฟาร์มาซูติคอลล, คาลพิส, เฮาส์ ฟู๊ด และคาโกเมะ ซึ่งแต่ละบริษัทนั้นมีชื่อเสียงและมีจุดเด่นในเรื่องของ Product Innovation เป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งและยังเป็นผู้นำตลาดในประเทศญี่ปุ่น จึงเกิดความร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทชั้นนำใน

ญี่ปุ่นจัดตั้งเป็นบริษัทร่วมทุน อาทิ Osotspa Taisho / Calpis Osotspa / House Osotspa / Osotspa Kagome และล่าสุดโอสดสภาได้ขยายธุรกิจเครื่องดื่มโดยจัดตั้ง บริษัท Osotspa Loi Hein เพื่อจัดจำหน่ายเครื่องดื่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

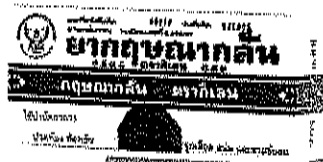
“เรื่องนี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดจากกระบวนการทำงาน ความนิยมของสินค้า วิถีบริหารจัดการ จนเรียกว่าเป็น Innovation ของการทำงานด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสามารถต่อยอดธุรกิจให้กับองค์กรในเวลาต่อมาได้ด้วย เปิดทางให้ผู้ร่วมทุนต่างชาติเข้ามา Joint Venture ทำตลาดในเมืองไทยร่วมกันกับโอสดสภา ตรงนี้ชี้ให้เห็นว่า โอกาสทางธุรกิจของเราคงไม่เกิดหากนักลงทุนรายต่างๆ ไม่เห็นศักยภาพการจัดจำหน่ายของเรา”

ถึงแม้จะเป็นองค์กรของคนไทยที่อยู่มากกว่า 124 ปี เรามีวัฒนธรรมองค์กรอยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีพนักงานหลากหลายช่วงอายุ จึงทำให้เปิดกว้างทางด้านความคิด ให้พนักงานกล้าที่จะคิด กล้าที่จะทำ ภายใต้การสนับสนุนของผู้บริหาร ที่ทุกรุ่น ทุกสมัย ให้ความสำคัญกับการเปิดรับความคิดเห็นใหม่ๆ อันนำไปสู่การคิดค้น สร้างสรรค์ สินค้าใหม่ๆ ให้ครองใจผู้บริโภค และนี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้โอสดสภายังคงเป็นองค์กรที่แข็งแกร่งบนสมรรถภูมิการแข่งขันทางธุรกิจ ๕



124 แห่งการพัฒนา ปีที่ไม่หยุดยั้ง

FROM
REVOLUTION



2434



2551

ยาพิษจากกลิ่นแบบแคปซูล



2455

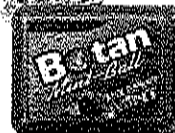
2550

ยูทีกีป



2483

ยาอมโบสถ์



โบตันเม้นท์โบสถ์

2548

TO INNOVATION

2530

M-150



เปปทิน

2550

หลักสูตรแรกในประเทศไทย
ที่สร้างนักบริหารธุรกิจ
การค้าสมัยใหม่อย่างมืออาชีพ

MBA in Modern Trade Business Management

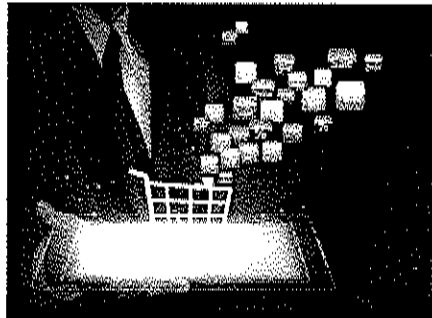
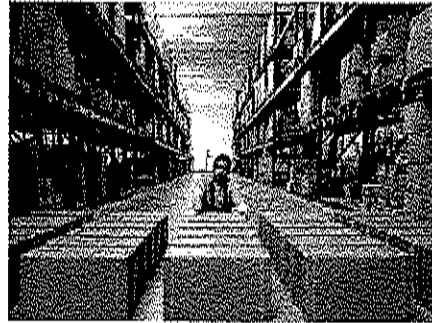
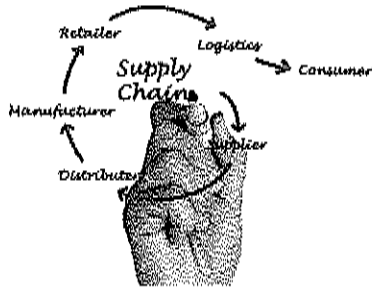
ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงขึ้น แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงมีสูงเช่นกัน โดยปัจจัยหลักมาจากโอกาสในการทำให้ธุรกิจเป็นสมัยใหม่ (Modernization) ที่มีอีกมาก การเจริญเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลาง และการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในเอเชีย นอกจากนี้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ยังเป็นการเปิดโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญยิ่ง เนื่องด้วยขนาดของประชากรและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของประเทศในกลุ่มนี้ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจในยุคนี้จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และสภาวะของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ (Corporate University) เป็นสถาบันการศึกษาเอกชนที่ได้รับการสนับสนุนโดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น และเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญการบริหารธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มีความพร้อมทั้งทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในเชิงธุรกิจ สถานประกอบการ และพันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อสร้างนักธุรกิจมืออาชีพที่ช่วยตอบโจทย์ธุรกิจในตลาด AEC ได้อย่างแท้จริง



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร คีตกรจนกุล
ผู้อำนวยการหลักสูตร MBA
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (MBA in MTM)





Practice for Real ความต่างของมืออาชีพ

ด้วยความมุ่งมั่นในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ และการสร้างนักธุรกิจมืออาชีพด้านธุรกิจการค้าสมัยใหม่ของสถาบัน การจัดการปัญหาวิวัฒน์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ หรือ MBA in MTM จึงเป็น หลักสูตรที่ออกแบบและเน้นการเรียนรู้การจัดการธุรกิจการค้า สมัยใหม่และซัพพลายเชน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในสนามจริงแห่ง โลกธุรกิจตามแนวคิด Practice for Real at Panyapiwat MBA

โดยแบ่งการสอนนักศึกษาเป็น 3 ชั้น ดังนี้

- ชั้นที่ 1 : ค้นหาตัวตนนักบริหาร (Executive Self-Discovery) เป็นการวิเคราะห์ความสามารถส่วนบุคคลด้วย P-PAC ซึ่งเป็นการ วิเคราะห์สายตัวเพื่อวางแผนการเจริญรู้และเสริมศักยภาพใน การบริหารธุรกิจ
- ชั้นที่ 2 : สร้างหลักสูตรที่ให้นักศึกษาได้เรียนรู้และปฏิบัติสู่การ เป็นมืออาชีพ (Professional-based Learning and Practice) โดยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ธุรกิจจริงจากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อมุ่ง สู่การเป็นนักจัดการและผู้นำ สร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจผ่าน Current Business Issues และการศึกษาดูงานธุรกิจชั้นนำทั้งใน และต่างประเทศ
- ชั้นที่ 3 : นักศึกษาได้เรียนรู้จากเครือข่ายและแบบจำลองทาง ธุรกิจที่เปรียบเสมือนอยู่ในสนามจริง (Business Simulation and Networking) ด้วยการเชื่อมโยงทฤษฎีสู่การแก้ปัญหาธุรกิจในภาค ปฏิบัติ ศึกษาและวิจัยการตลาดและสร้างโมเดลธุรกิจจริง ด้วยการ ให้คำปรึกษาในการจัดตั้งและขยายธุรกิจ มอบโอกาสในการสร้าง เครือข่ายทางธุรกิจเพื่อให้สามารถต่อยอดกับธุรกิจกลุ่มซีพี ออลล์ และบริษัทพันธมิตรอื่นๆ ได้จริง

เสริมความแกร่งทางธุรกิจด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมทางธุรกิจ

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ถ้ากล่าวถึงเทรนด์ที่ เศรษฐกิจโลก ก็มักจะพูดถึงกระแสการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ที่มีการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการทำธุรกิจ หลักสูตร MBA เล็งเห็นถึงความสำคัญและแนวโน้มดังกล่าว จึงได้ปรับเปลี่ยนและ เพิ่มเนื้อหาวิชาให้ทันสมัย สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่ เปลี่ยนแปลงไป เช่น เศรษฐศาสตร์สมัยใหม่สำหรับการตัดสินใจ ทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ที่ เรียนรู้ช่องทางการทำธุรกิจอย่าง Omni Channel การใช้ข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อการวิเคราะห์ทางการตลาดและการ วางแผนธุรกิจ รวมถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อ สร้างนวัตกรรมทางธุรกิจให้เป็นผู้ประกอบการในภูมิภาคอาเซียน อย่างมืออาชีพ

หลักสูตร MBA@PIM จะได้รับการถ่ายทอดความรู้และ ประสบการณ์ผ่านวิทยากรจากภาคธุรกิจที่มีประสบการณ์ระดับ นานาชาติทั้งจาก CP ALL เอง และจากภาคธุรกิจอื่นๆ ที่เป็น เครือข่ายพันธมิตร มาแบ่งปันความสำเร็จและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทุก รายวิชามีสัดส่วนการเรียนรู้จากกรณีศึกษาจริงขององค์กรชั้นนำ ต่างๆ ไม่ต่ำกว่า 30% และยังมี Business Mentor ที่คอยเป็นที่ เลี้ยงให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการทำธุรกิจอย่างใกล้ชิด ซึ่ง ขณะนี้ทาง PIM ได้ดำเนินการพัฒนาหลักสูตร MBA in MTM พร้อม เปิดสอนในปีการศึกษา 2559 ซึ่งเปิดโอกาสให้คนที่สนใจเข้าร่วม สัมผัสประสบการณ์ห้องเรียนจริงในหัวข้อบรรยายพิเศษต่างๆ โดย สามารถติดต่อเข้ามาที่ PIM เพื่อสอบถามข้อมูลและสำรองที่นั่งได้

PANYAPIWAT



MBA

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

Master of Business Administration Program in Modern Trade Business Management

การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่



ค้นหาตัวตนกับบริหาร

วิเคราะห์ความสามารถบุคคลเพื่อวางแผน
รูปแบบการเรียนรู้และใช้ศักยภาพในการบริหาร
โดยใช้ศาสตร์ด้านลายนิ้วมือวิทยา (Dermatoglyphics)

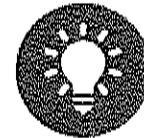
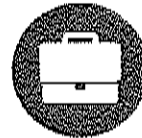
เรียนรู้สู่มืออาชีพ

เรียนรู้ธุรกิจจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ
(Supply Chain) ผ่านองค์ความรู้ 3 ส่วน

Management

Innovation

Leadership



ธุรกิจสู่ความจริง

- งานวิจัยจากปัญหาจริงในธุรกิจ
- โครงการให้คำปรึกษาในการจัดตั้งและขยายธุรกิจ
- จับคู่ธุรกิจกับเครือข่าย CP
- สร้างเครือข่ายธุรกิจในอาเซียน

เปิด

รับสมัคร
สอบแข่งขัน
แล้ว

สอบถามรายละเอียดหลักสูตรเพิ่มเติมได้ที่

โทร. 02-832-0413, 02-837-1117, 02-832-0416, 02-832-0471

Email : mba@pim.ac.th Website : <http://mba.pim.ac.th> Facebook : www.facebook.com/mbapanyapiwat

หลักสูตรแรกและหลักสูตรเดียวในประเทศไทย

ที่ครอบคลุมการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่และการบริการซัพพลายเชนแบบครบวงจร

Information Technology for Modern Trade Business and Supply Chain

Franchising and Business
Partnership Management

Global
Marketing
Strategy

Supply Chain

Business Enterprise Management

Sourcing Strategy in
Modern Trade Business

Warehouse & Inventory
Management

Freight Transportation
& Distribution

Digital Enterprise
Management

เนื้อหาวิชาเด่น

- เศรษฐศาสตร์สมัยใหม่สำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจ
- การจัดการการตลาดแบบองค์รวม
- การจัดการการปฏิบัติการและโซ่อุปทาน
- นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ
- ความเป็นผู้ประกอบการ

หลักสูตรนี้เหมาะกับ

- ผู้ที่ต้องการสร้างธุรกิจเป็นของตัวเอง
- ผู้ที่ต้องการขยายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- ผู้ที่ต้องการทำงานหรือผู้ที่อยู่ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่
- ผู้บริหารที่ต้องการขยายองค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ

Practice for REAL

REAL Cases

REAL Professionals

REAL Business Application

PANYAPIWAT

MBA

สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่

โทร : 02-832-0413, 02-832-0416, 02-832-0471, 02-837-1117

Email : mba@pim.ac.th

Website : <https://mba.pim.ac.th>

Facebook : <https://www.facebook.com/mbapanyapiwat>

Address : สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120